

Studieordning

Professionsbachelor i e-commerce og digital marketing

Bachelor's Degree Programme in E-commerce and Digital Marketing

Institutionel del

Gældende fra september 2026

Indhold

1.	Studieordning, institutionel del for professionsbachelor i e-commerce og digital marketing	8
2.	Oversigt over uddannelsen	9
3.	Uddannelsens lokale fagelementer	10
3.1	Lokalt fagelement: Dataanalyse	10
3.1.1	Indhold og undervisningssprog	10
3.1.2	Læringsmål	10
3.1.3	ECTS-omfang	11
3.1.4	Antal eksamener	11
3.2	Lokalt fagelement: Omnichannel	11
3.2.1	Indhold og undervisningssprog	11
3.2.2	Læringsmål	11
3.2.3	ECTS-omfang	12
3.2.4	Antal eksamener	12
3.3	Lokalt fagelement: International digital marketing	12
3.3.1	Indhold og undervisningssprog	12
3.3.2	Læringsmål	13
3.3.3	ECTS-omfang	13
3.3.4	Antal eksamener	14
3.4	Lokalt fagelement: B2B	14
3.4.1	Indhold og undervisningssprog	14
3.4.2	Læringsmål	14
3.4.3	ECTS-omfang	15
3.4.4	Antal eksamener	15
3.5	Lokalt fagelement: Digital branding	15
3.5.1	Indhold og undervisningssprog	15
3.5.2	Læringsmål	15
3.5.3	ECTS-omfang	16
3.5.4	Antal eksamener	16
3.6	Lokalt fagelement: Adfærdsdesign	16
3.6.1	Indhold og undervisningssprog	16
3.6.2	Læringsmål	16
3.6.3	ECTS-omfang	17

3.6.4	Antal eksamener	17
3.7	Lokalt fagelement: AI & automation.....	17
3.7.1	Indhold og undervisningssprog	17
3.7.2	Læringsmål.....	18
3.7.3	ECTS-omfang.....	18
3.7.4	Antal eksamener	18
3.8	Lokalt fagelement: Datavisualisering	18
3.8.1	Indhold og undervisningssprog	18
3.8.2	Læringsmål.....	19
3.8.3	ECTS-omfang.....	19
3.8.4	Antal eksamener	19
4.	Uddannelsens valgfag	20
4.1	Valgfag: Selvvalgt fordybelse	20
4.1.1	Indhold og undervisningssprog	20
4.1.2	Læringsmål.....	20
4.1.3	ECTS-omfang.....	21
4.1.4	Antal eksamener	21
4.2	Valgfag: Search marketing	21
4.2.1	Indhold og undervisningssprog	21
4.2.2	Læringsmål.....	21
4.2.3	ECTS-omfang.....	22
4.2.4	Antal eksamener	22
4.3	Valgfag: E-mail marketing.....	22
4.3.1	Indhold og undervisningssprog	22
4.3.2	Læringsmål.....	22
4.3.3	ECTS-omfang.....	23
4.3.4	Antal eksamener	23
5.	Uddannelsens eksamener på 1. semester	23
5.1	Eksamen i det nationale fagelement: Forretningsforståelse	23
1.	interne eksamen	23
5.1.1	Tidsmæssig placering	23
5.1.2	ECTS.....	24
5.1.3	Eksamenens tilrettelæggelse	24

5.1.4	Bedømmelse	24
5.1.5	Reeksamen	25
5.2	Eksamen i det nationale fagelement: Digital forretningsforståelse; og det nationale fagelement: Digital forretningsstrategi	25
2.	interne eksamen	25
5.2.1	Tidsmæssig placering	25
5.2.2	ECTS	25
5.2.3	Eksamenens tilrettelæggelse	25
5.2.4	Bedømmelse	26
5.2.5	Reeksamen	26
6.	Uddannelsens eksamener på 2. semester	26
6.1	Eksamen i det nationale fagelement: Metode og videnskabelse; det nationale fagelement: Marketing strategi; det lokale fagelement: Dataanalyse; og det lokale fagelement: Omnichannel	26
1.	eksterne eksamen	26
6.1.1	Tidsmæssig placering	26
6.1.2	ECTS	26
6.1.3	Eksamenens tilrettelæggelse	27
6.1.4	Bedømmelse	27
6.1.5	Reeksamen	28
6.2	Eksamen i det nationale fagelement: E-eksport; og det lokale fagelement: International digital marketing	28
3.	interne eksamen	28
6.2.1	Tidsmæssig placering	28
6.2.2	ECTS	28
6.2.3	Eksamenens tilrettelæggelse	28
6.2.4	Bedømmelse	29
6.2.5	Reeksamen	29
7.	Uddannelsens eksamener på 3. semester	29
7.1	Eksamen i det lokale fagelement: B2B; det nationale fagelement: Customer experience; og det nationale fagelement: Webanalyse	29
4.	interne eksamen	29
7.1.1	Tidsmæssig placering	29
7.1.2	ECTS	29
7.1.3	Eksamenens tilrettelæggelse	29

7.1.4	Bedømmelse	30
7.1.5	Reeksamen	30
7.2	Eksamen i det lokale fagelement: Digital branding; det nationale fagelement: Brugeroplevelse (UX) og konverteringsoptimering (CRO); og det lokale fagelement: Adfærdsdesign.....	30
5.	interne eksamen	30
7.2.1	Tidsmæssig placering	30
7.2.2	ECTS	30
7.2.3	Eksamenens tilrettelæggelse	30
7.2.4	Bedømmelse	31
7.2.5	Reeksamen	31
8.	Uddannelsens eksamener på 4. semester	31
8.1	Eksamen i det nationale fagelement: E-commerce teknologi; og det nationale fagelement: Webteknologi	31
6.	interne eksamen	31
8.1.1	Tidsmæssig placering	31
8.1.2	ECTS	31
8.1.3	Eksamenens tilrettelæggelse	31
8.1.4	Bedømmelse	32
8.1.5	Reeksamen	32
8.2	Eksamen i det lokale fagelement: AI & automation	32
2.	eksterne eksamen.....	32
8.2.1	Tidsmæssig placering	32
8.2.2	ECTS	32
8.2.3	Eksamenens tilrettelæggelse	32
8.2.4	Bedømmelse	33
8.2.5	Reeksamen	33
9.	Uddannelsens eksamener på 5. semester	34
9.1	Eksamen i det nationale fagelement: Digital marketing analyse; det nationale fagelement: Content marketing; og det nationale fagelement: Digital marketing	34
3.	eksterne eksamen.....	34
9.1.1	Tidsmæssig placering	34
9.1.2	ECTS	34
9.1.3	Eksamenens tilrettelæggelse	34
9.1.4	Bedømmelse	34

9.1.5	Reeksamen	35
9.2	Eksamen i valgfag: Selvvalgt fordybelse; Search marketing; eller E-mail marketing.....	35
7.	interne eksamen	35
9.2.1	Tidsmæssig placering	35
9.2.2	ECTS	35
9.2.3	Eksamenens tilrettelæggelse	35
9.2.4	Bedømmelse	36
9.2.5	Reeksamen	36
10.	Uddannelsens eksamen på 6. semester	36
10.1	Praktikeksamen	36
8.	interne eksamen	36
10.1.1	Tidsmæssig placering	36
10.1.2	ECTS	36
10.1.3	Praktikkens gennemførelse.....	36
10.1.4	Eksamensforudsætninger	37
10.1.5	Eksamenens tilrettelæggelse	37
10.1.6	Bedømmelse	38
10.1.7	Reeksamen	38
11.	Uddannelsens eksamener på 7. semester	38
11.1	Eksamen i det lokale fagelement: Datavisualisering	38
9.	interne eksamen	38
11.1.1	Tidsmæssig placering	38
11.1.2	ECTS	38
11.1.3	Eksamenens tilrettelæggelse	39
11.1.4	Bedømmelse	39
11.1.5	Reeksamen	39
11.2	Professionsfaglig bacheloreksamen	39
4.	eksterne eksamen.....	39
11.2.1	Tidsmæssig placering	39
11.2.2	ECTS	39
11.2.3	Eksamenens tilrettelæggelse	40
11.2.4	Bedømmelse	40
11.2.5	Reeksamen	41

12.	Fremmedsprog	41
13.	Særlige prøvevilkår.....	41
14.	Deltagelsespligt.....	41
15.	Kriterier for vurdering af studieaktivitet	42
16.	Anvendte undervisnings- og arbejdsformer	42
17.	Internationalisering.....	42
17.1	Fagelementer som kan gennemføres i udlandet	42
17.2	Korte udvekslingsophold.....	43
18.	Merit.....	43
18.1	Beståede fagelementer fra samme uddannelse ved anden institution	43
18.2	Meritvurdering (obligatorisk merit) i forbindelse med ansøgning om optagelse/indskrivning på uddannelsen.	44
18.3	Hvis den studerende ikke har opfyldt sin oplysningspligt forbindelse med optagelse/indskrivning	44
18.4	Forhåndsgodkendelse af merit og endelig merit	44
19.	Dispensation.....	44
20.	Ikrafttrædelsesbestemmelser	45

1. Studieordning, institutionel del for professionsbachelor i e-commerce og digital marketing

Studieordningen for uddannelsen består af to dele (regelsamlinger):

Den nationale del af studieordningen, der er udarbejdet i fællesskab af de uddannelsesinstitutioner, som udbyder uddannelsen.

Den institutionelle del af studieordningen, der er udarbejdet af Professionshøjskolen UCN under hensyntagen til lokale og regionale behov.

Denne institutionelle del af uddannelsens studieordning er udarbejdet i medfør af:

Lov om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser

Bekendtgørelse om tekniske og merkantile erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser

Bekendtgørelse om eksamener og prøver ved professions- og erhvervsrettede videregående uddannelser

Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse ved uddannelser på Uddannelses- og Forskningsministeriets område

Følgende afsnit i Eksamensregler UCN's grunduddannelser udgør en allonge til denne institutionelle del af uddannelsens studieordning og har samme gyldighed som studieordningens øvrige bestemmelser:

Afsnit 4.5 - Afmelding fra prøver

Afsnit 13 - Klager og anke

Afsnit 14.1 - Brug af generativ kunstig intelligens (GAI)

Afsnit 14.2 – Brug af eget og andres arbejde - plagiat

Afsnit 14.3 - Disciplinære foranstaltninger i tilfælde af eksamenssnyd og forstyrrende adfærd ved eksamen.

Eksamen og prøve anvendes synonymt i denne institutionelle del af studieordningen.

2. Oversigt over uddannelsen

Se m.	Nationale fagelementer	Lokale fagelementer	Valgfag	ECTS	Intern/ Ekstern eksamen
1.	Forretningsforståelse			20	Intern (1. interne)
1.	Digital forretningsforståelse; Digital forretningsstrategi			5 5	Intern (2. interne)
2.	Metode og videnskabelse; Marketing strategi	Dataanalyse; Omnichannel		5 5 5	Ekstern (1. eksterne)
2.	E-eksport;	International digital marketing		5 5	Intern (3. interne)
3.	Customer experience; Webanalyse;	B2B		5 5 5	Intern (4. interne)
3.	Brugeroplevelse (UX) og konverteringsoptimering (CRO);	Digital branding; Adfærdsdesign		5 5 5	Intern (5. interne)
4.	E-commerce teknologi; Webteknologi			10 5	Intern (6. interne)
4.		AI & Automation		15	Ekstern (2. eksterne)
5.	Digital marketing analyse; Content marketing; Digital marketing			5 5 10	Ekstern (3. eksterne)
5.			Selvvalgt fordybelse; Search marketing; E-mail marketing	10	Intern (7. interne)
6.	Praktik			30	Intern (8. interne)
7.		Datavisualisering		5	Intern (9. interne)
7.	Professionsfaglig bacheloreksamen			10	Ekstern (4. eksterne)

I alt ECTS:

195

Uddannelsens nationale fagelementer er beskrevet i studieordningens nationale del.

3. Uddannelsens lokale fagelementer

Uddannelsen indeholder 50 ECTS lokale fagelementer.

3.1 Lokalt fagelement: Dataanalyse

3.1.1 Indhold og undervisningssprog

Fagelementet dataanalyse har til formål at give den studerende færdigheder og kompetencer til systematisk at indsamle, strukturere og analysere data med henblik på at skabe indsigt i forbrugere, målgrupper og deres adfærd på tværs af virksomhedens touchpoints.

Fagelementet har fokus på at omsætte data om forbrugeren til forståelse af dennes behov, præferencer og købsbeslutningsprocesser. Der arbejdes med både kvantitative og kvalitative metoder til at identificere mønstre i data, segmentere forbrugere og kortlægge kundedadfærd.

Den studerende opnår forståelse for, hvordan data kan anvendes til at beskrive og analysere kunderejser samt danne grundlag for strategiske, taktiske og operationelle beslutninger i en digital forretning.

Undervisningssproget er dansk.

3.1.2 Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Udviklingsbaseret viden om anvendt teori, metoder og praksis til indsamling og analyse af kvantitative og kvalitative data i relation til indsigt i forbrugeradfærd;
- Forståelse for og kan reflektere over hvordan en dataindsamling planlægges, struktureres og gennemføres;
- En teoretisk og praktisk forståelse for analyse af forbruger- og adfærdsdata vha. statistiske metoder og værktøjer, samt viden om datakvalitet, validitet og reliabilitet samt deres betydning for beslutningsgrundlag.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende metoder og redskaber til indsamling, strukturering og håndtering af data, samt analysere og fortolke data med henblik på identifikation af mønstre, målgrupper og forskelle mellem forbrugere og deres adfærd;
- Vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger, samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller inden for dataanalyse;
- Formidle dataindsigter og analyser til brug for beslutningstagning på strategisk, taktisk og operationelt niveau.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Håndtere komplekse og udviklingsorienterede problemstillinger ved anvendelse af data i forhold til indsigt i forbrugeradfærd samt kritisk vurdere datagrundlag og analyser i relation til deres anvendelighed i praksis;
- Selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde med afsæt i datadrevne analyser inden for rammerne af professionel etik, samt træffe begrundede beslutninger på baggrund af data og analyser i en forretningsmæssig kontekst;
- Identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer inden for dataanalyse i relation til professionen.

3.1.3 ECTS-omfang

Fagelementet har et omfang på 5 ECTS-point.

3.1.4 Antal eksamener

Der er en eksamen i fagelementet.

Eksamenen er en del af 1. eksterne eksamen: Eksamen i det nationale fagelement: Metode og videnskabelse; det nationale fagelement: Marketing strategi; det lokale fagelement: Dataanalyse; og det lokale fagelement: Omnichannel, se afsnit 6.1.

3.2 Lokalt fagelement: Omnichannel

3.2.1 Indhold og undervisningssprog

Fagelementet omnichannel indeholder de strategiske aspekter omkring udvikling og design af sammenhængende kundeoplevelser på tværs af virksomhedens kanaler og touchpoints.

Fagelementet har fokus på forståelse af omnichannelbegrebet samt på kortlægning og analyse af kunderejser, touchpoints og kundedadfærd på tværs af kanaler. Der fokuseres også på integration mellem kanaler, kanalvalg og kanalstrategi med henblik på at skabe konsistente og sammenhængende kundeoplevelser.

Der opnås kompetencer til at anvende dataunderstøttede indsigter i kunders adfærd til at designe, udvikle og optimere virksomhedens omnichannel setup.

Undervisningssproget er dansk.

3.2.2 Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Udviklingsbaseret viden om praksis og anvendt teori og metode inden for omnichannel og udvikling af sammenhængende kundeoplevelser på tværs af kanaler og touchpoints;
- Forståelse for og kan reflektere over omnichannelbegrebet herunder forskelle og sammenhænge mellem forskellige kanalstrategier, samt hvordan kunderejser, touchpoints og kundedadfærd kan analyseres og anvendes i udvikling af kanalstrategier;
- Viden om anvendelse af målgrupper og dataunderstøttet forbrugerindsigt til udvikling og optimering af omnichannel setup i givne forretningsmæssige kontekster.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende metoder og redskaber til kortlægning og analyse af kunderejser og touchpoints på tværs af kanaler samt analysere og vurdere en given virksomheds omnichannel setup og strategi;
- Vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger samt begrunde valg af omnichannelstrategi og kanal setup i forskellige forretningsmæssige kontekster herunder anvendelse af dataunderstøttet indsigt til at designe og udvikle sammenhængende kanalflovs og kundeoplevelser;
- Formidle praksisnære og faglige problemstillinger og løsningsmodeller vedrørende omnichannelstrategier.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Håndtere komplekse og udviklingsorienterede problemstillinger i relation til design og udvikling af omnichannel setup samt træffe begrundede strategiske og operationelle beslutninger på baggrund af indsigt i kundeadfærd og kanalinteraktioner;
- Selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde om udvikling af sammenhængende kundeoplevelser og strategisk udvikling af omnichannel setup samt påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik;
- Identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer inden for omnichannelområdet.

3.2.3 ECTS-omfang

Fagelementet har et omfang på 5 ECTS-point.

3.2.4 Antal eksamener

Der er en eksamen i fagelementet.

Eksamenen er en del af 1. eksterne eksamen: Eksamen i det nationale fagelement: Metode og videnskabelse; det nationale fagelement: Marketing strategi; det lokale fagelement: Dataanalyse; og det lokale fagelement: Omnichannel, se afsnit 6.1.

3.3 Lokalt fagelement: International digital marketing

3.3.1 Indhold og undervisningssprog

Fagelementet international digital marketing beskæftiger sig med, hvordan en virksomhed kan skabe synlighed, efterspørgsel og vækst på udenlandske markeder gennem anvendelse af digitale marketingkanaler og platforme i både B2C- og B2B-markeder.

Fagelementet har fokus på planlægning, udvikling og eksekvering af digitale marketingindsatser på tværs af internationale markeder, herunder tilpasning af budskaber, kanaler og kampagner under hensyntagen til kulturelle, sproglige og markedsmæssige forskelle.

Fagelementet beskæftiger sig endvidere med sammenhængen mellem digitale marketingaktiviteter og virksomhedens samlede internationale tilstedeværelse, herunder samspillet mellem marketing, salg og

distribution. Der arbejdes med metoder til at analysere markeder, målgrupper og konkurrencesituation samt til at vurdere effekten af digitale marketingindsatser på tværs af lande.

Derudover fokuserer fagelementet på udvikling af internationale digitale marketingstrategier samt vurdering af de forretningsmæssige og økonomiske konsekvenser af disse.

Undervisningssproget er dansk.

3.3.2 Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Udviklingsbaseret viden om praksis samt anvendt teori og metode inden for international digital marketing og anvendelse af digitale kanaler på tværs af markeder;
- Forståelse for og kan reflektere over international digital marketingpraksis, herunder tilpasning af budskaber, kanaler og kampagner i relation til kulturelle og markeds-mæssige forskelle samt forståelse for samspillet mellem digitale marketingaktiviteter og virksomhedens internationale forretningsaktiviteter.
- Viden om, hvordan digitale marketingindsatser kan påvirke virksomhedens forretningsmæssige og økonomiske resultater på tværs af markeder.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende metoder og redskaber inden for international digital marketing, der knytter sig til planlægning og eksekvering af digitale marketingindsatser på udenlandske markeder;
- Vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger relateret til international digital marketing samt begrunde og vælge relevante løsningsmodeller under hensyntagen til kulturelle og markeds-mæssige forskelle samt analysere og vurdere internationale markeder, målgrupper og kanalvalg for at kunne tilpasse digitale marketingaktiviteter til forskellige markeder;
- Formidle praksisnære og faglige problemstillinger og løsninger, herunder præsentation af internationale digitale marketingstrategier og deres forventede effekt.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i arbejdet med international digital marketing, herunder udvikling og tilpasning af marketingindsatser samt træffe begrundede beslutninger om digitale marketingstrategier på baggrund af analyser af markeder og målgrupper;
- Selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde og påtage sig ansvar for udvikling af internationale digitale strategier i en professionel kontekst;
- Identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til international digital marketing.

3.3.3 ECTS-omfang

Fagelementet har et omfang på 5 ECTS-point.

3.3.4 Antal eksamener

Der er en eksamen i fagelementet.

Eksamen er en del af 3. interne eksamen: Eksamen i det nationale fagelement: E-eksport; og det lokale fagelement: International digital marketing, se afsnit 6.2.

3.4 Lokalt fagelement: B2B

3.4.1 Indhold og undervisningssprog

Fagelementet har fokus på de særlige karakteristika ved B2B markeder og købsprocesser i en digital e-commerce kontekst. Fagelementet beskæftiger sig med forskelle og ligheder mellem B2B- og B2C-markedet, herunder hvordan beslutningsprocesser, relationer og kunderejser adskiller sig, når kunden er en virksomhed frem for en individuel forbruger.

Der arbejdes med forståelse af B2B-kundens adfærd og behov, herunder købscentrets sammensætning og de mange interessenter i en beslutningsproces. Fagelementet beskæftiger sig desuden med digitale touchpoints, kanaler og platformes rolle i B2B-relationer samt med langsigtede kunderelationer og deres betydning for værdiskabelse i digitale forretningsmodeller.

Undervisningssproget er dansk.

3.4.2 Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Udviklingsbaseret viden om praksis og anvendt teori, metode og forretningsforståelse inden for B2B-markeder i en digital e-commerce kontekst;
- Forståelse for praksis og anvendt teori og metode i relation til B2B-kundens beslutningsprocesser og købsadfærd og kan reflektere over forskelle og sammenhænge mellem B2B- og B2C-perspektiver i digitale forretningskontekster;
- Viden om digitale touchpoints, kanaler og platformes rolle i B2B-relationer samt deres betydning for kundeoplevelse, relationsopbygning og konvertering.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende metoder og redskaber til at analysere B2B-markeder, målgrupper og købscentrets sammensætning samt identificere centrale drivkræfter og barrierer i B2B-kundens beslutningsproces;
- Vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger i relation til B2B og begrunde valg af relevante løsningsmodeller under hensyntagen til de forretningsmæssige, relationelle og digitale forhold.
- Formidle faglige problemstillinger og løsninger inden for B2B med fokus på værdiskabelse og digitale muligheder.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer, hvor B2B-perspektivet anvendes til at analysere og udvikle digitale strategier og kundeoplevelser;

- Selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde om udvikling af B2B-orienterede digitale løsninger og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik;
- Identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til B2B i en digital og e-commerce kontekst.

3.4.3 ECTS-omfang

Fagelementet har et omfang på 5 ECTS-point.

3.4.4 Antal eksamener

Der er en eksamen i fagelementet.

Eksamen er en del af 4. interne eksamen: Eksamen i det lokale fagelement: B2B; det nationale fagelement: Customer experience; og det nationale fagelement: Webanalyse, se afsnit 7.1.

3.5 Lokalt fagelement: Digital branding

3.5.1 Indhold og undervisningssprog

Fagelementet har fokus på branding i en digital e-commerce kontekst med særlig vægt på, hvordan virksomheder kommunikerer værdi, position og identitet til den digitale kunde.

Fagelementet beskæftiger sig desuden med udvikling af kommunikations-, image- og brandstrategier på digitale touchpoints for at styrke virksomhedens brandposition.

Undervisningssproget er dansk.

3.5.2 Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Udviklingsbaseret viden om centrale teorier og metoder inden for branding, herunder brandidentitet, positionering og opfattet værdi i en digital kontekst;
- Forståelse for og kan reflektere over sammenhængen mellem branding, kundeadfærd og beslutningsprocesser i digitale købsrejser;
- Viden om hvordan kommunikation, visuelle virkemidler og storytelling bidrager til at skabe differentiering og værdi for den digitale kunde.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende metoder og redskaber til at udvikle og formidle en virksomheds brand og værditilbud i en digital kontekst, herunder anvende brandingprincipper i design af digitale touchpoints med henblik på at understøtte brugeroplevelse, tillid og konvertering;
- Vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger i relation til branding, herunder analysere en virksomheds brandposition og kommunikation i relation til målgruppe, marked og digitale platforme, og begrunde valg af relevante løsninger i digitale kundeoplevelser;

- Formidle brandrelaterede problemstillinger og løsningsforslag med fokus på værdiskabelse i e-commerce.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer, hvor branding indgår som en central del af virksomhedens værdiskabelse for kunden og forretningen;
- Selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde om udvikling og implementering af branding i digitale løsninger og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik;
- Identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til branding i en e-commerce og digital forretningskontekst.

3.5.3 ECTS-omfang

Fagelementet har et omfang på 5 ECTS-point.

3.5.4 Antal eksamener

Der er en eksamen i fagelementet.

Eksamen er en del af 5. interne eksamen: Eksamen i det lokale fagelement: Digital branding; det nationale fagelement: Brugeroplevelse (UX) og konverteringsoptimering (CRO); og det lokale fagelement: Adfærdsdesign, se afsnit 7.2.

3.6 Lokalt fagelement: Adfærdsdesign

3.6.1 Indhold og undervisningssprog

Fagelementet har fokus på, hvordan virksomheder kan forstå og påvirke brugeradfærd i digitale kontekster med henblik på at skabe værdi for brugeren.

Fagelementet beskæftiger sig med centrale teorier og metoder inden for adfærdsdesign, herunder motivation, beslutningsprocesser og psykologiske mekanismer, der påvirker brugerens handlinger i digitale miljøer.

Undervisningssproget er dansk.

3.6.2 Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Udviklingsbaseret viden om praksis og anvendte teorier og metoder inden for adfærdsdesign, herunder motivation, beslutningsprocesser og psykologiske principper i digitale kontekster;
- Forståelse for praksis og anvendt teori og metode i relation til, hvordan brugeradfærd påvirkes i digitale kundeoplevelser, og kan reflektere over sammenhængen mellem adfærdsdesign, brugeroplevelse og konvertering i e-commerce;
- Viden om hvordan bias, heuristikker og kognitive begrænsninger påvirker brugerens beslutninger digitalt.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende metoder og modeller inden for adfærdsdesign til at analysere og påvirke brugeradfærd i digitale løsninger samt analysere brugerens beslutningsproces og identificere barrierer og drivkræfter i relation til interaktion og engagement;
- Vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger i relation til adfærdsdesign og begrunde valg af relevante løsningsmodeller samt anvende adfærdsdesignprincipper til at udvikle og optimere digitale touchpoints og løsninger;
- Formidle adfærdsdesignrelaterede problemstillinger og løsninger med fokus på værdiskabelse og brugeradfærd.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer, hvor adfærdsdesign anvendes til at optimere digitale løsninger, der understøtter brugerens beslutningsproces og øger engagement;
- Selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde om design og implementering af adfærdsbaserede løsninger i digitale kontekster og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik;
- Identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til adfærdsdesign og digital brugeradfærd.

3.6.3 ECTS-omfang

Fagelementet har et omfang på 5 ECTS-point.

3.6.4 Antal eksamener

Der er en eksamen i fagelementet.

Eksamen er en del af 5. interne eksamen: Eksamen i det lokale fagelement: Digital branding; det nationale fagelement: Brugeroplevelse (UX) og konverteringsoptimering (CRO); og det lokale fagelement: Adfærdsdesign, se afsnit 7.2.

3.7 Lokalt fagelement: AI & automation

3.7.1 Indhold og undervisningsprog

Fagelementet har fokus på anvendelse af AI og automatisering i en e-commerce og digital forretningskontekst med henblik på at skabe værdi gennem effektivisering, personalisering og optimering af processer og kundeoplevelser.

Fagelementet beskæftiger sig med centrale teknologier, metoder og værktøjer inden for AI og automation, herunder anvendelse af generativ AI, prompt engineering, automatiserede workflows og integrationer mellem digitale systemer.

Der arbejdes med identificering af forretningsmæssige problemstillinger og udvikling af AI- og automationsbaserede løsninger med fokus på sammenhængen mellem teknologi, bruger og forretning.

Undervisningssproget er dansk.

3.7.2 Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Udviklingsbaseret viden om praksis og anvendt teori, metode og teknologier inden for AI og automatisering i digitale forretningskontekster, herunder automatisering og integrationer mellem systemer;
- Forståelse for praksis og anvendt teori og metode i relation til anvendelse af generativ AI, herunder prompt engineering og databehandling;
- Forståelse for og kan reflektere over anvendelsen af AI og automation i e-commerce.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende metoder og værktøjer til at udvikle og implementere AI- og automationsbaserede løsninger i digitale forretningskontekster samt analysere forretningsmæssige problemstillinger og identificere relevante anvendelsesområder for AI og automation med henblik på værdiskabelse;
- Vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger i relation til AI og automation samt begrunde valg af relevante teknologier og løsningsmodeller;
- Formidle tekniske og forretningsmæssige problemstillinger og løsninger inden for AI og automation.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer, hvor AI og automation anvendes til at optimere forretningsprocesser, kundeoplevelser og værdiskabelse i digitale virksomheder.
- Selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde om udvikling og implementering af AI- og automationsløsninger i en organisation og påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik;
- Identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til nye teknologier, værktøjer og trends inden for AI og automation.

3.7.3 ECTS-omfang

Fagelementet har et omfang på 15 ECTS-point.

3.7.4 Antal eksamener

Der er en eksamen i fagelementet.

Eksamen er 2. eksterne eksamen: eksamen i det lokale fagelement: AI & automation, se afsnit 8.2.

3.8 Lokalt fagelement: Datavisualisering

3.8.1 Indhold og undervisningsprog

Fagelementet har fokus på visualisering og formidling af data i en e-commerce og digital marketing kontekst med henblik på at understøtte datadrevet beslutningstagning.

Fagelementet beskæftiger sig med metoder og værktøjer til at strukturere og visualisere data, herunder udvikling af dashboards og visuelle fremstillinger, der skaber indsigt i brugeradfærd, performance og forretningsmæssige sammenhænge.

Der arbejdes med sammenhængen mellem data, visualisering og formidling til forskellige interessenter samt hvordan visuelle fremstillinger kan understøtte forståelse, refleksion og handling i digitale virksomheder.

Undervisningssproget er dansk.

3.8.2 Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Udviklingsbaseret viden om praksis og anvendte teorier, principper og metoder inden for visuel formidling af data;
- Forståelse for og kan reflektere over hvordan visualiseringer kan understøtte analyse, indsigt og beslutningstagning i e-commerce og digital marketing;
- Viden om muligheder og begrænsninger ved datavisualisering, herunder risiko for misfortolkning, bias og fejlagtig præsentation af data.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende metoder og værktøjer til at udvikle visuelle fremstillinger af data, herunder dashboards og rapporter;
- Vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger i relation til datavisualisering samt begrunde valg af visualiseringsformer;
- Formidle data til samarbejdspartnere og brugere med henblik på at identificere relevante indsigter og omsætte disse til visuelle fremstillinger, der understøtter forretningsmæssige beslutninger.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer, hvor datavisualisering anvendes til at skabe indsigt og understøtte beslutningstagning;
- Selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde om udvikling og anvendelse af datavisualisering i organisationer samt påtage sig ansvar inden for rammerne af en professionel etik;
- Identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til værktøjer og metoder inden for datavisualisering.

3.8.3 ECTS-omfang

Fagelementet har et omfang på 5 ECTS-point.

3.8.4 Antal eksamener

Der er en eksamen i fagelementet.

Eksamen er 9. interne eksamen: Eksamen i det lokale fagelement: Datavisualisering, se afsnit 11.1.

4. Uddannelsens valgfag

Uddannelsen indeholder 10 ECTS valgfag.

Uddannelsen udbyder tre lokale valgfag af hver 10 ECTS, hvoraf den studerende skal vælge et af disse. Institutionen er ikke forpligtiget til at gennemføre alle udbudte valgfag, men der gennemføres et passende antal efter en faglig og kapacitetsmæssig vurdering.

4.1 Valgfag: Selvvalgt fordybelse

4.1.1 Indhold og undervisningsprog

Valgfaget er et teoretisk og praktisk selvtilrettelagt forløb med fokus på den studerendes evne til selvstændigt at fordybe sig i et selvvalgt emne inden for uddannelsens område med henblik på at opnå specialiseret viden.

Der kan arbejdes med identifikation og vurdering af best practice gennem praksisnære og vidensbaserede undersøgelsesmetoder såsom akademisk litteratur, brancheanalyser, certificeringer, kurser, cases, interviews og eksperimenterende afprøvning inden for e-commerce og digital marketing.

Valgfaget understøtter den studerendes evne til selvstændigt at tilegne sig ny viden og omsætte denne til praksis i en digital og foranderlig kontekst.

Undervisningssproget er dansk.

4.1.2 Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Udviklingsbaseret viden om praksis og anvendt teori og metode inden for deres selvvalgte emne;
- Forståelse for praksis, anvendt teori og metode inden for deres selvvalgte emne samt kan reflektere over de muligheder, begrænsninger og udviklingstendenser, der er knyttet til dette emne.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende metoder og modeller til at indsamle og analysere information inden for det selvvalgte emne og kan udvælge og anvende relevante kilder, værktøjer og undersøgelsesmetoder til faglig fordybelse;
- Identificere og vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger inden for det selvvalgte emne samt anvende den opnåede viden som grundlag for udvikling og optimering af handlingsplaner, koncepter, services eller produkter;
- Formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller med fokus på praksis og værdiskabelse inden for det selvvalgte emne til samarbejdspartnere.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i arbejdet med det selvvalgte emne;
- Selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde inden for det selvvalgte emne samt påtage sig ansvaret for tilrettelæggelse af egen læringsproces inden for emnet;
- Identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til det selvvalgte emne.

4.1.3 ECTS-omfang

Valgfaget har et omfang på 10 ECTS-point.

4.1.4 Antal eksamener

Der er en eksamen i valgfaget.

Eksamen er 7. interne eksamen: Eksamen i valgfag: Selvvalgt fordybelse, se afsnit 9.2.

4.2 Valgfag: Search marketing

4.2.1 Indhold og undervisningssprog

Valgfaget Search marketing har fokus på anvendelse af søgekanaler som strategisk og operationelt redskab til at skabe synlighed, trafik og konvertering i en e-commerce kontekst.

Valgfaget beskæftiger sig med planlægning, opsætning og optimering af både organisk søgning og betalt søgeannoncering, herunder forståelse af søgeadfærd, algoritmer, auktionsmekanismer og målretning. Der arbejdes med identifikation og vurdering af best practice inden for search marketing med udgangspunkt i konkrete platforme, brancheeksempler og afprøvning af metoder og værktøjer, herunder AI-drevne søgeformater og deres betydning for synlighed og trafikgenerering.

Valgfaget understøtter den studerendes evne til at anlægge et kritisk og vidensbaseret blik på search marketing som disciplin og til at vurdere og begrunde strategiske valg på baggrund af dokumenteret praksis.

Undervisningssproget er dansk.

4.2.2 Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Udviklingsbaseret viden om praksis og anvendt teori og metode inden for search marketing, herunder organisk søgning, betalt søgeannoncering og AI-drevne søgeformater i en e-commerce kontekst;
- Forståelse for praksis, anvendt teori og metode inden for search marketing samt kan reflektere over de muligheder, begrænsninger og udviklingstendenser, der er knyttet til søgekanaler i en digital og foranderlig kontekst.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende metoder og modeller til at indsamle og analysere viden om search marketing samt udvælge og anvende relevante kilder, forskningsresultater og brancheeksempler til faglig fordybelse;
- Identificere og vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger inden for search marketing samt anvende den opnåede viden som grundlag for udvikling og optimering af søgeindsatser og kanalstrategier;
- Formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller inden for search marketing med fokus på praksis og værdiskabelse til samarbejdspartnere.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i arbejdet med search marketing;
- Selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde inden for search marketing samt påtage sig ansvaret for tilrettelæggelse af egen læringsproces inden for search marketing;
- Identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til search marketing og nye søgeteknologier.

4.2.3 ECTS-omfang

Valgfaget har et omfang på 10 ECTS-point.

4.2.4 Antal eksamener

Der er en eksamen i valgfaget.

Eksamen er 7. interne eksamen: Eksamen i valgfag: Search marketing, se afsnit 9.2.

4.3 Valgfag: E-mail marketing

4.3.1 Indhold og undervisningssprog

Valgfaget E-mail marketing har fokus på e-mail som relationskanal i en e-commerce kontekst med henblik på at skabe og fastholde kunderelationer, understøtte kunderejsen og drive genkøb og loyalitet.

Valgfaget beskæftiger sig med identifikation og vurdering af best practice inden for e-mail marketing, herunder segmentering, personalisering, automatiserede flows og indholdsstrategier. Der arbejdes med akademisk forskning, testresultater og brancheeksempler som grundlag for at forstå, hvad der driver effekt i e-mail marketing, og hvordan indsatser kan vurderes og optimeres i en forretningsmæssig kontekst.

Valgfaget understøtter den studerendes evne til at anlægge et kritisk og vidensbaseret blik på e-mail marketing som disciplin og til at vurdere og begrunde strategiske valg på baggrund af dokumenteret praksis.

Undervisningssproget er dansk.

4.3.2 Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Udviklingsbaseret viden om praksis og anvendt teori og metode inden for e-mail marketing som relationskanal i en e-commerce kontekst;
- Forståelse for praksis, anvendt teori og metode inden for e-mail marketing samt kan reflektere over de muligheder, begrænsninger og udviklingstendenser, der er knyttet til e-mail som kanal i en digital og foranderlig kontekst.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende metoder og modeller til at indsamle og analysere viden om e-mail marketing samt udvælge og anvende relevante kilder, forskningsresultater og brancheeksempler til faglig fordybelse;
- Identificere og vurdere praksisnære og teoretiske problemstillinger inden for e-mail marketing samt anvende den opnåede viden som grundlag for udvikling og optimering af e-mail marketingstrategier og -indsatser;
- Formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller inden for e-mail marketing med fokus på praksis og værdiskabelse til samarbejdspartnere.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Håndtere komplekse og udviklingsorienterede situationer i arbejdet med e-mail marketing;
- Selvstændigt indgå i fagligt og tværfagligt samarbejde inden for e-mail marketing samt påtage sig ansvaret for tilrettelæggelse af egen læringsproces inden for emnet;
- Identificere egne læringsbehov og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer i relation til e-mail marketing og nye teknologier og tendenser inden for kanalen.

4.3.3 ECTS-omfang

Valgfaget har et omfang på 10 ECTS-point.

4.3.4 Antal eksamener

Der er en eksamen i valgfaget.

Eksamen er 7. interne eksamen: Eksamen i valgfag: E-mail marketing, se afsnit 9.2.

5. Uddannelsens eksamener på 1. semester

5.1 Eksamen i det nationale fagelement: Forretningsforståelse 1. interne eksamen

5.1.1 Tidsmæssig placering

Eksamenen afholdes medio 1. semester. Nærmere oplysninger ift. eksamensbeskrivelse, tid og sted findes på "Mit UCN".

Den studerende skal deltage i denne eksamen inden udgangen af første studieår efter studiestart og skal have bestået denne eksamen inden udgangen af første studieår efter studiestart, for at den studerende kan fortsætte på uddannelsen. Dette gælder uanset antal aflagte eksamensforsøg. Den studerende skal dog have mulighed for at aflægge mindst to forsøg i løbet af første studieår, før den studerende kan blive udskrevet af uddannelsen.

Såfremt den studerende har haft mulighed for at aflægge mindst to forsøg i denne eksamen i løbet af første studieår efter studiestart, men ikke har deltaget i denne eksamen inden udgangen af første studieår efter

studiestart, eller ikke har bestået denne eksamen inden udgangen af første studieår efter studiestart, udskrives den studerende fra uddannelsen.

Såfremt det findes begrundet i usædvanlige forhold, kan UCN dog dispensere fra ovenstående tidsfrister.

5.1.2 ECTS

20 ECTS

5.1.3 Eksamenens tilrettelæggelse

5.1.3.1 Eksamenens form

Eksamenen er en mundtlig eksamen på baggrund af et skriftligt gruppeprojekt.

Eksamenen tilrettelægges som en individuel eksamen af en varighed på 20 minutter inklusive votering og karaktergivning.

Gruppestørrelsen for det skriftlige gruppeprojekt er på 3-5 studerende.

5.1.3.2 Formkrav

Det skriftlige gruppeprojekt skal have et omfang af maksimum 38.000 anslag og minimum 75% af maksimum. Anslag er inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusive forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag. Bilag er ikke en del af bedømmelsen.

Det skriftlige gruppeprojekt skal være rettidigt og korrekt afleveret.

Såfremt den studerende ikke opfylder alle eksamenens formkrav, har den studerende brugt et eksamensforsøg og har dermed to eksamensforsøg tilbage til at bestå eksamenen.

5.1.3.3 Hjælpemidler

Eksamenen er med hjælpemidler.

5.1.3.4 Eksaminationssprog

Eksamenen aflægges på dansk.

5.1.4 Bedømmelse

Bedømmelseskriterierne for eksamenen er læringsmålene for det nationale fagelement: Forretningsforståelse.

Læringsmålene fremgår af den nationale studieordning for uddannelsen.

Eksamenen er med intern bedømmelse og bedømmes efter 7-trinsskalaen.

Bedømmelsen er en helhedsvurdering på baggrund af den individuelle mundtlige præstation og det skriftlige gruppeprojekt.

5.1.5 Reeksamen

Ved reeksamen for enkelte studerende udarbejdes et skriftligt tillæg til det afleverede gruppeprojekt og ved reeksamen for hele gruppen udbedres det afleverede gruppeprojekt.

5.2 Eksamen i det nationale fagelement: Digital forretningsforståelse; og det nationale fagelement: Digital forretningsstrategi

2. interne eksamen

5.2.1 Tidsmæssig placering

Eksamenen afholdes ved udgangen af 1. semester. Nærmere oplysninger ift. eksamensbeskrivelse, tid og sted findes på "Mit UCN".

Den studerende skal deltage i denne eksamen inden udgangen af første studieår efter studiestart og skal have bestået denne eksamen inden udgangen af første studieår efter studiestart, for at den studerende kan fortsætte på uddannelsen. Dette gælder uanset antal aflagte eksamensforsøg. Den studerende skal dog have mulighed for at aflægge mindst to forsøg i løbet af første studieår, før den studerende kan blive udskrevet af uddannelsen.

Såfremt den studerende har haft mulighed for at aflægge mindst to forsøg i denne eksamen i løbet af første studieår efter studiestart, men ikke har deltaget i denne eksamen inden udgangen af første studieår efter studiestart, eller ikke har bestået denne eksamen inden udgangen af første studieår efter studiestart, udskrives den studerende fra uddannelsen.

Såfremt det findes begrundet i usædvanlige forhold, kan UCN dog dispensere fra ovenstående tidsfrister.

5.2.2 ECTS

10 ECTS

5.2.3 Eksamenens tilrettelæggelse

5.2.3.1 Eksamenens form

Eksamenen er mundtlig, hvor de studerende skal lave en pitch.

Eksamenen tilrettelægges som en gruppeeksamen.

Gruppestørrelsen er på 3-5 studerende.

Eksaminationstiden afhænger af gruppestørrelsen og er som følger:

- Ved 3 studerende: 40 minutter
- Ved 4 studerende: 45 minutter
- Ved 5 studerende: 50 minutter

Eksaminationstiden er inklusive 4-5 minutters præsentation per studerende og votering og karaktergivning.

Der kan ikke vælges individuel eksamination.

5.2.3.2 Hjælpemidler

Eksamenen er med hjælpemidler.

5.2.3.3 Eksaminationssprog

Eksamenen aflægges på dansk.

5.2.4 Bedømmelse

Bedømmelseskriterierne for eksamenen er læringsmålene for det nationale fagelement: Digital forretningsforståelse; og det nationale fagelement: Digital forretningsstrategi.

Læringsmålene fremgår af den nationale studieordning for uddannelsen.

Eksamenen er med intern bedømmelse og bedømmes efter 7-trinsskalaen.

5.2.5 Reeksamen

Ved reeksamination er eksamensform den samme som ved ordinær eksamen.

6. Uddannelsens eksamener på 2. semester

6.1 Eksamen i det nationale fagelement: Metode og videnskabelse; det nationale fagelement: Marketing strategi; det lokale fagelement: Dataanalyse; og det lokale fagelement: Omnichannel 1. eksterne eksamen

6.1.1 Tidsmæssig placering

Eksamenen afholdes medio 2. semester. Nærmere oplysninger ift. eksamensbeskrivelse, tid og sted findes på "Mit UCN".

Den studerende skal deltage i denne eksamen inden udgangen af første studieår efter studiestart og skal have bestået denne eksamen inden udgangen af første studieår efter studiestart, for at den studerende kan fortsætte på uddannelsen. Dette gælder uanset antal aflagte eksamensforsøg. Den studerende skal dog have mulighed for at aflægge mindst to forsøg i løbet af første studieår, før den studerende kan blive udskrevet af uddannelsen.

Såfremt den studerende har haft mulighed for at aflægge mindst to forsøg i denne eksamen i løbet af første studieår efter studiestart, men ikke har deltaget i denne eksamen inden udgangen af første studieår efter studiestart, eller ikke har bestået denne eksamen inden udgangen af første studieår efter studiestart, udskrives den studerende fra uddannelsen.

Såfremt det findes begrundet i usædvanlige forhold, kan UCN dog dispensere fra ovenstående tidsfrister.

6.1.2 ECTS

20 ECTS

6.1.3 Eksamenens tilrettelæggelse

6.1.3.1 Eksamenens form

Eksamenen er en mundtlig eksamen på baggrund af et skriftligt gruppeprojekt.

Eksamenen tilrettelægges som en gruppeeksamen.

Gruppestørrelsen er på 3-5 studerende.

Eksaminationstiden afhænger af gruppestørrelsen og er som følger:

- Ved 3 studerende: 40 minutter
- Ved 4 studerende: 45 minutter
- Ved 5 studerende: 50 minutter

Eksaminationstiden er inklusive 4-5 minutters præsentation per studerende samt votering og karaktergivning.

Der kan ikke vælges individuel eksamination.

6.1.3.2 Formkrav

Det skriftlige gruppeprojekt skal have et omfang af maksimum 72.000 anslag og minimum 75% af maksimum. Anslag er inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusive forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag. Bilag er ikke en del af bedømmelsen.

Det skriftlige gruppeprojekt skal være rettidigt og korrekt afleveret.

Såfremt den studerende ikke opfylder alle eksamenens formkrav, har den studerende brugt et eksamensforsøg og har dermed to eksamensforsøg tilbage til at bestå eksamenen.

6.1.3.3 Hjælpemidler

Eksamenen er med hjælpemidler.

6.1.3.4 Eksaminationssprog

Eksamenen aflægges på dansk.

6.1.4 Bedømmelse

Bedømmelseskriterierne for eksamenen er læringsmålene for det nationale fagelement: Metode og videnskabelse; det nationale fagelement: Marketing strategi; det lokale fagelement: Dataanalyse; og det lokale fagelement: Omnichannel.

Læringsmålene fremgår af den nationale studieordning for uddannelsen og afsnit 3.1.2 og 3.2.2 ovenfor.

Eksamenen er med ekstern bedømmelse og bedømmes efter 7-trinsskalaen.

Bedømmelsen er en individuel helhedsvurdering på baggrund af den individuelle mundtlige præstation og det skriftlige gruppeprojekt.

6.1.5 Reeksamen

Ved reeksamen for enkelte studerende udarbejdes et skriftligt tillæg til det afleverede gruppeprojekt og ved reeksamen for hele gruppen udbedres det afleverede gruppeprojekt.

6.2 Eksamen i det nationale fagelement: E-eksport; og det lokale fagelement: International digital marketing

3. interne eksamen

6.2.1 Tidsmæssig placering

Eksamenen afholdes ved udgangen af 2. semester. Nærmere oplysninger ift. eksamensbeskrivelse, tid og sted findes på "Mit UCN".

Den studerende skal deltage i denne eksamen inden udgangen af første studieår efter studiestart og skal have bestået denne eksamen inden udgangen af første studieår efter studiestart, for at den studerende kan fortsætte på uddannelsen. Dette gælder uanset antal aflagte eksamensforsøg. Den studerende skal dog have mulighed for at aflægge mindst to forsøg i løbet af første studieår, før den studerende kan blive udskrevet af uddannelsen.

Såfremt den studerende har haft mulighed for at aflægge mindst to forsøg i denne eksamen i løbet af første studieår efter studiestart, men ikke har deltaget i denne eksamen inden udgangen af første studieår efter studiestart, eller ikke har bestået denne eksamen inden udgangen af første studieår efter studiestart, udskrives den studerende fra uddannelsen.

Såfremt det findes begrundet i usædvanlige forhold, kan UCN dog dispensere fra ovenstående tidsfrister.

6.2.2 ECTS

10 ECTS

6.2.3 Eksamenens tilrettelæggelse

6.2.3.1 Eksamenens form

Eksamenen er mundtlig, hvor den studerende skal lave en pitch.

Eksamenen tilrettelægges som en individuel eksamen.

Eksaminationstiden er 20 minutter inklusive 15 minutters præsentation samt votering og karaktergivning.

6.2.3.2 Hjælpemidler

Eksamenen er med hjælpemidler.

6.2.3.3 Eksaminationssprog

Eksamenen aflægges på dansk.

6.2.4 Bedømmelse

Bedømmelseskriterierne for eksamenen er læringsmålene for det nationale fagelement: E-eksport; og det lokale fagelement: International digital marketing.

Læringsmålene fremgår af den nationale studieordning for uddannelsen og i afsnit 3.3.2 ovenfor.

Eksamenen er med intern bedømmelse og bedømmes efter 7-trinsskalaen.

6.2.5 Reeksamen

Ved reeksamination er eksamensform den samme som ved ordinær eksamen.

7. Uddannelsens eksamener på 3. semester

7.1 Eksamen i det lokale fagelement: B2B; det nationale fagelement: Customer experience; og det nationale fagelement: Webanalyse 4. interne eksamen

7.1.1 Tidsmæssig placering

Eksamenen afholdes medio 3. semester. Nærmere oplysninger ift. eksamensbeskrivelse, tid og sted findes på "Mit UCN".

7.1.2 ECTS

15 ECTS

7.1.3 Eksamenens tilrettelæggelse

7.1.3.1 Eksamenens form

Eksamenen er en skriftlig eksamen.

Eksamenen tilrettelægges som en individuel eksamen.

7.1.3.2 Formkrav

Det skriftlige projekt skal have et omfang af maksimum 28.000 anslag og minimum 75% af maksimum. Anslag er inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusive forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag. Bilag er ikke en del af bedømmelsen.

Det skriftlige projekt skal være rettidigt og korrekt afleveret.

Såfremt den studerende ikke opfylder alle eksamenens formkrav, har den studerende brugt et eksamensforsøg og har dermed to eksamensforsøg tilbage til at bestå eksamenen.

7.1.3.3 Hjælpemidler

Eksamenen er med hjælpemidler.

7.1.3.4 Eksaminationssprog

Eksamenen aflægges på dansk.

7.1.4 Bedømmelse

Bedømmelseskriterierne for eksamenen er læringsmålene for det lokale fagelement: B2B; det nationale fagelement: Customer experience; og det nationale fagelement: Webanalyse.

Læringsmålene fremgår af den nationale studieordning for uddannelsen og i afsnit 3.4.2.

Eksamenen er med intern bedømmelse og bedømmes efter 7-trinsskalaen.

7.1.5 Reeksamen

Ved reeksamen udbedres det skriftlige projekt.

7.2 Eksamen i det lokale fagelement: Digital branding; det nationale fagelement: Brugeroplevelse (UX) og konverteringsoptimering (CRO); og det lokale fagelement: Adfærdsdesign 5. interne eksamen

7.2.1 Tidsmæssig placering

Eksamenen afholdes ved udgangen af 3. semester. Nærmere oplysninger ift. eksamensbeskrivelse, tid og sted findes på "Mit UCN".

7.2.2 ECTS

15 ECTS

7.2.3 Eksamenens tilrettelæggelse

7.2.3.1 Eksamenens form

Eksamenen er en mundtlig eksamen på baggrund af afleverede designs.

Eksamenen tilrettelægges som en individuel eksamen af en varighed på 30 minutter, inklusive 12-15 minutters præsentation samt votering og karaktergivning.

7.2.3.2 Formkrav

Den studerende skal aflevere tre til fem udvalgte eksempler på designs, som den studerende har udviklet i løbet af læringsforløbet, som de tre fagelementer dækker.

De afleverede designs skal være rettidigt og korrekt afleveret.

Såfremt den studerende ikke opfylder alle eksamenens formkrav, har den studerende brugt et eksamensforsøg og har dermed to eksamensforsøg tilbage til at bestå eksamenen.

7.2.3.3 Hjælpemidler

Eksamenen er med hjælpemidler.

7.2.3.4 Eksaminationssprog

Eksamenen aflægges på dansk.

7.2.4 Bedømmelse

Bedømmelseskriterierne for eksamenen er læringsmålene for det lokale fagelement: Digital branding; det nationale fagelement: Brugeroplevelse (UX) og konverteringsoptimering (CRO); og det lokale fagelement: Adfærdsdesign.

Læringsmålene fremgår af afsnit 3.5.2 og 3.6.2 ovenfor samt af den nationale studieordning for uddannelsen.

Eksamenen er med intern bedømmelse og bedømmes efter 7-trinsskalaen.

Bedømmelsen er en helhedsvurdering på baggrund af den individuelle mundtlige præstation og portfolioen.

7.2.5 Reeksamen

Ved reeksamen kan den studerende udbedre sine afleverede designs.

8. Uddannelsens eksamener på 4. semester

8.1 Eksamen i det nationale fagelement: E-commerce teknologi; og det nationale fagelement: Webteknologi 6. interne eksamen

8.1.1 Tidsmæssig placering

Eksamenen afholdes medio 4. semester. Nærmere oplysninger ift. eksamensbeskrivelse, tid og sted findes på "Mit UCN".

8.1.2 ECTS

15 ECTS

8.1.3 Eksamenens tilrettelæggelse

8.1.3.1 Eksamenens form

Eksamenen er en mundtlig eksamen på baggrund af egenudviklet aktive webshop.

Eksamenen tilrettelægges som en individuel eksamen af en varighed på 30 minutter, inklusive 12-15 minutters præsentation samt votering og karaktergivning.

8.1.3.2 Formkrav

Den studerende skal uploade et link til den aktive webshop, som den studerende har oprettet og udviklet som en del af læringsforløbet, der dækker de to fagelementer.

Den studerendes link skal være rettidigt og korrekt afleveret.

Såfremt den studerende ikke opfylder alle eksamenens formkrav, har den studerende brugt et eksamensforsøg og har dermed to eksamensforsøg tilbage til at bestå eksamenen.

8.1.3.3 Hjælpemidler

Eksamenen er med hjælpemidler.

8.1.3.4 Eksaminationssprog

Eksamenen aflægges på dansk.

8.1.4 Bedømmelse

Bedømmelseskriterierne for eksamenen er læringsmålene for det nationale fagelement: E-commerce teknologi; og det nationale fagelement: Webteknologi.

Læringsmålene fremgår af den nationale studieordning for uddannelsen.

Eksamenen er med intern bedømmelse og bedømmes efter 7-trinsskalaen.

Bedømmelsen er en helhedsvurdering på baggrund af den individuelle mundtlige præstation og portfolioen.

8.1.5 Reeksamen

Ved reeksamen kan den studerende udbedre sin webshop.

8.2 Eksamen i det lokale fagelement: AI & automation 2. eksterne eksamen

8.2.1 Tidsmæssig placering

Eksamenen afholdes ved udgangen af 4. semester. Nærmere oplysninger ift. eksamensbeskrivelse, tid og sted findes på "Mit UCN".

8.2.2 ECTS

15 ECTS

8.2.3 Eksamenens tilrettelæggelse

8.2.3.1 Eksamenens form

Eksamenen er en mundtlig eksamen på baggrund af en skriftlig opgave.

Eksamenen tilrettelægges enten som en individuel eksamen eller en gruppeeksamen. Hvis den skriftlige opgave udarbejdes i en gruppe, så er den mundtlige eksamen en gruppeeksamen med individuel bedømmelse.

Gruppestørrelsen er på 1-3 studerende.

Eksaminationstiden afhænger af gruppestørrelsen og er som følger:

- Ved 1 studerende: 25 minutter (heraf 7-9 minutters præsentation)
- Ved 2 studerende: 30 minutter (heraf 9-11 minutters præsentation)
- Ved 3 studerende: 35 minutter (heraf 11-13 minutters præsentation)

Eksaminationstiden er inklusive votering og karaktergivning.

8.2.3.2 Formkrav

Den skriftlige opgave skal have et omfang af maksimum 12.000 anslag og minimum 75% af maksimum. Anslag er inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusive forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag. Bilag er ikke en del af bedømmelsen.

Den skriftlige opgave skal være rettidigt og korrekt afleveret.

Såfremt den studerende ikke opfylder alle eksamenens formkrav, har den studerende brugt et eksamensforsøg og har dermed to eksamensforsøg tilbage til at bestå eksamenen.

8.2.3.3 Hjælpemidler

Eksamenen er med hjælpemidler.

8.2.3.4 Eksaminationssprog

Eksamenen aflægges på dansk.

8.2.4 Bedømmelse

Bedømmelseskriterierne for eksamenen er læringsmålene for det lokale fagelement: AI & automation.

Læringsmålene fremgår af afsnit 3.7.2 ovenfor.

Eksamenen er med ekstern bedømmelse og bedømmes efter 7-trinsskalaen.

Bedømmelsen er en individuel helhedsvurdering på baggrund af den mundtlige præstation og den skriftlige opgave.

8.2.5 Reeksamen

Ved reeksamen for enkelte studerende i en gruppe på 2-3 studerende udarbejdes et skriftligt tillæg til den afleverede gruppeopgave og ved reeksamen for hele gruppen udbedres den afleverede gruppeopgave.

Ved en individuel eksamen udbedres den individuelle skriftlige opgave.

9. Uddannelsens eksamener på 5. semester

9.1 Eksamen i det nationale fagelement: Digital marketing analyse; det nationale fagelement: Content marketing; og det nationale fagelement: Digital marketing 3. eksterne eksamen

9.1.1 Tidsmæssig placering

Eksamenen afholdes medio 5. semester. Nærmere oplysninger ift. eksamensbeskrivelse, tid og sted findes på "Mit UCN".

9.1.2 ECTS

20 ECTS

9.1.3 Eksamenens tilrettelæggelse

9.1.3.1 Eksamenens form

Eksamenen er en mundtlig eksamen på baggrund af et skriftligt gruppeprojekt.

Eksamenen tilrettelægges som en individuel eksamen på en varighed af 30 minutter inklusive 7-9 minutters præsentation samt votering og karaktergivning.

Gruppestørrelsen for det skriftlige gruppeprojekt er på 2-3 studerende.

9.1.3.2 Formkrav

Det skriftlige gruppeprojekt skal have et omfang af maksimum 48.000 anslag og minimum 75% af maksimum. Anslag er inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusive forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag. Bilag er ikke en del af bedømmelsen.

Det skriftlige gruppeprojekt skal være rettidigt og korrekt afleveret.

Såfremt den studerende ikke opfylder alle eksamenens formkrav, har den studerende brugt et eksamensforsøg og har dermed to eksamensforsøg tilbage til at bestå eksamenen.

9.1.3.3 Hjælpemidler

Eksamenen er med hjælpemidler.

9.1.3.4 Eksaminationssprog

Eksamenen aflægges på dansk.

9.1.4 Bedømmelse

Bedømmelseskriterierne for eksamenen er læringsmålene for det nationale fagelement: Digital marketing analyse; det nationale fagelement: Content marketing; og det nationale fagelement: Digital marketing.

Læringsmålene fremgår af den nationale studieordning.

Eksamenen er med ekstern bedømmelse og bedømmes efter 7-trinsskalaen.

Bedømmelsen er en individuel helhedsvurdering på baggrund af den individuelle mundtlige præstation og det skriftlige gruppeprojekt.

9.1.5 Reeksamen

Ved reeksamen for enkelte studerende udarbejdes et skriftligt tillæg til den afleverede gruppeopgave og ved reeksamen for hele gruppen udbedres den afleverede gruppeopgave.

9.2 Eksamen i valgfag: Selvvalgt fordybelse; Search marketing; eller E-mail marketing

7. interne eksamen

9.2.1 Tidsmæssig placering

Eksamenen afholdes ved udgangen af 5. semester. Nærmere oplysninger ift. eksamensbeskrivelse, tid og sted findes på "Mit UCN".

9.2.2 ECTS

10 ECTS

9.2.3 Eksamenens tilrettelæggelse

9.2.3.1 Eksamenens form

Eksamenen er en mundtlig eksamen på baggrund af en afleveret præsentation i formatet PowerPoint, Prezi, Canva eller lignende.

Eksamenen tilrettelægges som en gruppeeksamen.

Gruppestørrelsen er på 2-4 studerende.

Eksaminationstiden afhænger af gruppestørrelsen og er som følger:

- Ved 2 studerende: 30 minutter (heraf 12-14 minutters præsentation)
- Ved 3 studerende: 45 minutter (heraf 18-21 minutters præsentation)
- Ved 4 studerende: 60 minutter (heraf 24-28 minutters præsentation)

Eksaminationstiden er inklusive votering og karaktergivning.

9.2.3.2 Hjælpemidler

Eksamenen er med hjælpemidler.

9.2.3.3 Eksaminationssprog

Eksamenen aflægges på dansk.

9.2.4 Bedømmelse

Bedømmelseskriterierne for eksamenen er læringsmålene for valgfag: Selvvalgt fordybelse; Search marketing; eller E-mail marketing.

Læringsmålene fremgår af afsnit 4.1.2, 4.2.2 eller 4.3.2 ovenfor.

Eksamenen er med intern bedømmelse og bedømmes efter 7-trinsskalaen.

Bedømmelsen er en helhedsvurdering på baggrund af den individuelle mundtlige præstation og præsentationen.

9.2.5 Reeksamen

Ved reeksamen for enkelte studerende udarbejdes et tillæg til præsentationen og ved reeksamen for hele gruppen udbedres præsentationen.

10. Uddannelsens eksamen på 6. semester

10.1 Praktikeksamen 8. interne eksamen

10.1.1 Tidsmæssig placering

Eksamenen afholdes ved udgangen af 6. semester. Nærmere oplysninger ift. eksamensbeskrivelse, tid og sted findes på "Mit UCN".

10.1.2 ECTS

30 ECTS

10.1.3 Praktikkens gennemførelse

Praktikken skal være gennemført, herunder skal mødepligten være opfyldt, for at den studerende kan indstilles til eksamen.

Den studerende har ret til ét tilbud om praktikplads pr. praktikforløb. Den studerende har således alene krav på én praktikplacering pr. praktikforløb.

Såfremt det findes begrundet i usædvanlige forhold, kan UCN dog dispensere herfra.

Rammer for praktikken:

I praktikken arbejder den studerende med fagligt relevante problemstillinger og opnår kendskab til relevante erhvervsfunktioner. Der skal derfor være en sammenhæng mellem den teoretiske undervisning og praktikkens arbejdsopgaver.

Med udgangspunkt i læringsmål for praktikken, som angivet i den nationale del af studieordningen, fastlægger den studerende og vejlederen/kontaktperson i praktikvirksomheden konkrete mål for den studerendes praktikforløb. Målene noteres skriftligt i Praktikportalen og skal godkendes af uddannelsesinstitutionens praktikvejleder inden opstart af praktikforløbet. Disse mål er efterfølgende retningsgivende for tilrettelæggelse af den studerendes arbejdsopgaver i praktikken.

Der skal desuden indgås en praktikkontrakt, som skal godkendes i Praktikportalen.

Praktikforløbet er at sidestille med et fuldtidsjob med de krav til arbejdstid og mødepligt, indsats, engagement og fleksibilitet, som den færdiguddannede må forventes at møde på arbejdsmarkedet.

Praktikforløbet kan tilrettelægges fleksibelt og differentieret og kan danne grundlag for den studerendes arbejde i den professionsfaglige bacheloreksamen.

Den studerende skal opfylde følgende betingelser, for at praktikken kan betragtes som gennemført:

- Praktikforløbet skal have en varighed på 20 uger med en arbejdsbelastning på gennemsnitligt 37 timer per uge.
- Den studerende har ansvar for at arrangere og afholde et obligatorisk treparts-møde (med deltagelse af den studerende, praktikvirksomhedens vejleder/kontaktperson samt uddannelsesinstitutionens vejleder), der enten afholdes hos praktikvirksomheden eller online via MS Teams.
- Den studerende har ansvar for at arrangere og afholde et obligatorisk statusmøde med deltagelse af den studerende og uddannelsesinstitutionens vejleder.

Samtlige betingelser skal være opfyldte for at praktikken er gennemført. Uddannelsesinstitutionens vejleder vurderer, om ovenstående betingelser er opfyldte.

Mulighed for afhjælpning

Opfylder den studerende ikke betingelserne for praktikkens gennemførelse, skal den studerende skrive en opgave på maksimum 48.000 anslag inkl. mellemrum (dog minimum 75% af maksimum) relateret til praktikvirksomheden, der skal uploades i WISEflow. Opgavens emnefelt skal godkendes af praktikvejleder på forhånd.

Muligheden for afhjælpning er forudsat, at den studerende har fået godkendt praktikkontrakt og læringsmål i Praktikportalen forud for praktikforløbets start.

10.1.4 Eksamensforudsætninger

Praktikken skal være gennemført.

Se ovenfor i afsnit 10.1.3 hvilke betingelser, den studerende skal opfylde, for at praktikken kan betragtes som gennemført.

Samtlige eksamensforudsætninger skal være opfyldte, før den studerende første gang deltager i uddannelseselementets eksamen.

Såfremt den studerende ikke opfylder eksamensforudsætningen om gennemført praktik på tidspunktet for afholdelse af uddannelseselementets ordinære eksamen, kan den studerende ikke deltage i uddannelseselementets eksamen og vil blive varslet udmeldt grundet opbrugt praktikforsøg.

Jf. § 5 stk. 1 i Eksamensbekendtgørelsen, gælder der særlige regler i forhold til praktik, idet den studerende alene har ret til ét tilbud om praktikplads pr. praktikforløb; Den studerende, der ikke opfylder en eksamensforudsætning om gennemført praktik, vil derfor blive varslet udmeldt grundet opbrugt praktikforsøg.

10.1.5 Eksamenens tilrettelæggelse

10.1.5.1 Eksamenens form

Eksamenen er en portfolio.

Eksamenen tilrettelægges som en individuel eksamen.

10.1.5.2 Formkrav

Portfolioen skal bestå af tre outputs:

1. En skriftlig refleksion på maksimum 2.400 anslag inkl. mellemrum og minimum 75% af maksimum over praktikkens læringsmål og den studerendes foreløbige læringsudbytte efter de første fire uger;
2. En skriftlig refleksion på maksimum 2.400 anslag inkl. mellemrum og minimum 75% af maksimum over praktikkens læringsmål og den studerendes foreløbige læringsudbytte efter 12 uger;
3. En videopræsentation over praktikkens læringsmål og den studerendes læringsudbytte for hele praktikforløbet på 9-11 minutter.

Portfolioen skal være rettidigt og korrekt afleveret.

Såfremt den studerende ikke opfylder alle eksamenens formkrav, har den studerende brugt et eksamensforsøg og har dermed to eksamensforsøg tilbage til at bestå eksamenen.

10.1.5.3 Hjælpemidler

Eksamenen er med hjælpemidler.

10.1.5.4 Eksaminationssprog

Eksamenen aflægges på dansk.

10.1.6 Bedømmelse

Bedømmelseskriterierne for eksamenen er læringsmålene for praktikken. Læringsmålene fremgår af den nationale del af studieordningen for uddannelsen.

Eksamenen er med intern bedømmelse og bedømmes efter 7-trinsskalaen.

10.1.7 Reeksamen

Ved reeksamen skal portfolioen udbedres.

11. Uddannelsens eksamener på 7. semester

11.1 Eksamen i det lokale fagelement: Datavisualisering 9. interne eksamen

11.1.1 Tidsmæssig placering

Eksamenen afholdes medio 7. semester. Nærmere oplysninger ift. eksamensbeskrivelse, tid og sted findes på "Mit UCN".

11.1.2 ECTS

5 ECTS

11.1.3 Eksamenens tilrettelæggelse

11.1.3.1 Eksamenens form

Eksamenen er en portfolio.

Eksamenen tilrettelægges som en individuel eksamen.

11.1.3.2 Formkrav

Portfolioen skal bestå af en videopræsentation på 4-7 minutter, der indeholder minimum tre datavisualiseringer.

Portfolioen skal være rettidigt og korrekt afleveret.

Såfremt den studerende ikke opfylder alle eksamenens formkrav, har den studerende brugt et eksamensforsøg og har dermed to eksamensforsøg tilbage til at bestå eksamenen.

11.1.3.3 Hjælpemidler

Eksamenen er med hjælpemidler.

11.1.3.4 Eksaminationssprog

Eksamenen aflægges på dansk.

11.1.4 Bedømmelse

Bedømmelseskriterierne for eksamenen er læringsmålene for det lokale fagelement: Datavisualisering.

Læringsmålene fremgår af afsnit 3.8.2 ovenfor.

Eksamenen er med intern bedømmelse og bedømmes efter 7-trinsskalaen.

11.1.5 Reeksamen

Ved reeksamen skal portfolioen udbedres.

11.2 Professionsfaglig bacheloreksamen 4. eksterne eksamen

11.2.1 Tidsmæssig placering

Professionsfaglig bacheloreksamen kan først finde sted efter, at den afsluttende eksamen i praktikken og uddannelsens øvrige eksamener er bestået.

Eksamenen afholdes medio 7. semester, som er ved udgangen af uddannelsens sidste semester. Nærmere oplysninger ift. eksamensbeskrivelse, tid og sted findes på "Mit UCN".

11.2.2 ECTS

10 ECTS

11.2.3 Eksamenens tilrettelæggelse

11.2.3.1 Eksamenens form

Eksamenen består af et projekt og en mundtlig del, hvor der gives én individuel samlet karakter ud fra en helhedsvurdering af den skriftlige og den mundtlige præstation.

Eksamenen tilrettelægges som en individuel eksamen.

Den individuelle mundtlige eksamen har en varighed af 40 minutter inklusive 15 minutters præsentation, der tager udgangspunkt i projektet, samt votering og karaktergivning.

Projektet kan udarbejdes individuelt eller af 2-3 studerende i fællesskab.

11.2.3.2 Formkrav

Det skriftlige projekt skal have et omfang af maksimum 36.000 anslag og minimum 75% af maksimum. Anslag er inklusive mellemrum, fodnoter, figurer og tabeller, men eksklusive forside, indholdsfortegnelse, kildeliste og bilag. Bilag er ikke en del af bedømmelsen.

Projektet skal være rettidigt og korrekt afleveret.

Såfremt den studerende ikke opfylder alle eksamenens formkrav, har den studerende brugt et eksamensforsøg og har dermed to eksamensforsøg tilbage til at bestå eksamenen.

11.2.3.3 Hjælpemidler

Eksamenen er med hjælpemidler.

11.2.3.4 Eksaminationssprog

Eksamenen aflægges på dansk.

11.2.4 Bedømmelse

Professionsfaglig bacheloreksamen, skal sammen med eksamen efter praktikken og uddannelsens øvrige eksamener dokumentere, at uddannelsens mål for læringsudbytte er opnået.

For krav til professionsfaglig bacheloreksamen samt læringsmål henvises også til den nationale del af studieordningen.

Den studerendes stave- og formuleringsevne skal indgå ved bedømmelsen af professionsfaglig bacheloreksamen. UCN kan dog dispensere herfra for studerende med fysisk eller psykisk funktionsnedsættelse, når UCN vurderer, at dette er nødvendigt for at ligestille disse studerende med øvrige studerende. Det er en forudsætning, at der med tilbuddet ikke sker en ændring af det faglige niveau.

Dispensationsansøgning skal indgives skriftligt til uddannelsen ved brug af UCN's blanketløsning senest 4 uger før prøvens afholdelse. Der skal vedlægges dokumentation for det grundlag, som den studerende søger om dispensation på baggrund af.

UCN kan dispensere fra dispensationsansøgningsfristen, såfremt dette findes begrundet i usædvanlige forhold.

Stave- og formuleringsevne kan dog maksimalt tælle en karakter op eller ned. Bedømmelsen er udtryk for en helhedsvurdering af det faglige indhold samt stave- og formuleringsevne.

Eksamenen er med ekstern bedømmelse og bedømmes efter 7-trinsskalaen. Der gives én individuel samlet karakter ud fra en helhedsvurdering af den skriftlige og den mundtlige præstation.

11.2.5 Reeksamen

Ved reeksamen for enkelte studerende i en gruppe udarbejdes et skriftligt tillæg til det afleverede gruppeprojekt og ved reeksamen for hele gruppen udbedres det afleverede gruppeprojekt.

Ved reeksamen for individuelle studerende udbedres det afleverede projekt.

12. Fremmedsprog

Uddannelsen er godkendt med dansk som udbudssprog, og undervisningen tilrettelægges på dansk.

Der kan dog tilrettelægges undervisning på engelsk i op til 49 % af uddannelsens samlede omfang målt i ECTS-point. Undervisningssprog vil fremgå af beskrivelsen af det enkelte lokale fagelement/valgfag.

Såfremt undervisning tilrettelægges på engelsk i obligatoriske uddannelseselementer, vil den studerende skulle opfylde et sprogkrav i engelsk på mindst gymnasialt B-niveau i forbindelse med optagelse på uddannelsen.

Såfremt undervisning tilrettelægges på engelsk i valgfag, vil den studerende skulle opfylde et sprogkrav i engelsk på mindst gymnasialt B-niveau i forbindelse med den studerendes valg af et valgfag, hvor undervisningen er tilrettelagt på engelsk.

Såfremt der alene udbydes valgfag, hvor undervisningen er tilrettelagt på engelsk, og den studerende dermed ikke vil have mulighed for at vælge mellem valgfag udbudt på dansk eller engelsk, vil den studerende skulle opfylde et sprogkrav i engelsk på mindst gymnasialt B-niveau i forbindelse med optagelse på uddannelsen.

Det vil fremgå af www.optagelse.dk, om der er sprogkrav, der skal opfyldes i forbindelse med optagelse på den enkelte uddannelse.

Sprogkrav i engelsk på mindst gymnasialt B-niveau kan opfyldes gennem en sprogttest. Det fremgår af UCN's hjemmeside, hvilke sprogttests, scores m.v. UCN anerkender.

13. Særlige prøvevilkår

UCN kan dispensere fra egne fastsatte eksamens- eller prøvevilkår, herunder tilbyde særlige vilkår til studerende med fysisk eller psykisk funktionsnedsættelse eller til studerende, der har et andet modersmål end dansk, når UCN vurderer, at dette er nødvendigt for at ligestille disse studerende med øvrige studerende. Det er en forudsætning, at der med tilbuddet ikke sker en ændring af det faglige niveau.

Ansøgning om dispensation fra UCN's eksamens- eller prøvevilkår, herunder ansøgning om særlige vilkår skal indgives skriftligt til uddannelsen ved brug af UCN's blanketløsning senest 4 uger før prøvens afholdelse. Der skal vedlægges dokumentation for det grundlag, som den studerende søger om dispensation på baggrund af.

UCN kan dispensere fra dispensationsansøgningsfristen, såfremt dette findes begrundet i usædvanlige forhold.

14. Deltagelsespligt

For at undervisningen kan fungere optimalt og uddannelsens læringsmål kan opnås, har den studerende deltagelsespligt i form af aflevering/fremlæggelse af opgaver/projekter m.v.

Aflevering/fremlæggelse af opgaver/projekter m.v. kan være udtrykt som eksamensforudsætninger, der skal opfyldes, før den studerende kan deltage i de pågældende eksamener.

Såfremt den studerende på tidspunktet for afholdelse af eksamen ikke har opfyldt samtlige eksamensforudsætninger, vil den studerende ikke kunne indstilles til eksamen og vil som følge heraf have brugt et eksamensforsøg.

Uddannelsen griber ind med hjælp og vejledning så tidligt som muligt, hvis en studerende ikke overholder sin deltagelsespligt.

15. Kriterier for vurdering af studieaktivitet

Den studerende er forpligtet til at holde sig orienteret om oplysninger vedrørende tid og sted for afholdelse af undervisning og prøver, som kan findes på "Mit UCN" og uddannelsens MS Teams.

Indskrivningen bringes til ophør for den studerende, der ikke har bestået nogen prøver i en sammenhængende periode på mindst 1 år.

UCN kan dispensere herfra, såfremt dette findes begrundet i usædvanlige forhold.

Forinden indskrivning bringes til ophør, partshøres den studerende skriftligt herom.

16. Anvendte undervisnings- og arbejdsformer

UCN's uddannelser baserer sig på Refleksiv Praksislæring (RPL), der bidrager til, at studerende opbygger kompetencer til at agere professionelt i en foranderlig verden. Gennem studiet udvikles faglige, sociale og personlige kompetencer, så den studerende formår at koble teoretisk refleksion med handlinger i praksis samt reflektere og inddrage relevant teori og viden.

På uddannelserne lægger RPL op til, at der arbejdes med praksisnære læringsaktiviteter, som kobler praksisviden, teoretisk viden og forskningsbaseret viden. De forskellige læringsaktiviteter tilrettelægges med udgangspunkt i seks grundprincipper, der skaber gode betingelser for refleksion:

Grundprincip 1: Den studerendes egne oplevelser og erfaringer inddrages i undervisningen

Grundprincip 2: Undervisningen planlægges med passende forstyrrelser

Grundprincip 3: Undervisningen tilrettelægges som udforskning

Grundprincip 4: Undervisningens indhold tager udgangspunkt i det gode eksempel

Grundprincip 5: Undervisere og studerende samarbejder om læreprocesser

Grundprincip 6: Undervisere og studerende skaber rum for dialog

De seks grundprincipper kan komme til udtryk på forskellig vis på forskellige uddannelser, semestre og fag. Fælles for dem er, at de kræver aktiv deltagelse og involvering af studerende i forhold til egen og medstuderendes læring.

17. Internationalisering

17.1 Fagelementer som kan gennemføres i udlandet

Den studerende kan efter uddannelsens godkendelse af en ansøgt forhåndsmérit gennemføre hvert enkelt fagelement i udlandet.

Ved forhåndsgodkendelse af studieophold i udlandet har den studerende pligt til efter endt studieophold at dokumentere det godkendte studieopholds gennemførte fagelementer. Den studerende skal i forbindelse med

forhåndsgodkendelsen give samtykke til, at UCN efter endt studieophold kan indhente de nødvendige oplysninger.

Ved godkendelse af forhåndsmerit anses fagelementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om uddannelsen.

UCN har et bredt netværk af samarbejdspartnere i udlandet og UCN's internationale afdeling kan være behjælpelig med, oplysninger om udlandsophold. UCN's internationale afdeling kan kontaktes for yderligere information.

Der skal dog gøres opmærksom på, at det kræver et større arbejde af den enkelte studerende, såfremt udlandsophold ønskes. Det er den enkelte studerende, der undersøger, hvilke fag der kan studeres i udlandet mv. på det ønskede universitet. International Afdeling er behjælpelig med gode råd mv. men kan ikke medvirke til at forestå selve planlægningen af udlandsopholdet.

17.2 Korte udvekslingsophold

Der kan være mulighed for at deltage i et kort udvekslingsophold - *Blended Intensive Programme (BIP)*.

Ved deltagelse i Blended Intensive Programme (BIP), hvor der udprøves færre ECTS-points end ved den eksamen, der udprøver det uddannelseselement, som det korte udvekslingsophold er meritgivende i forhold til, vil den pågældende eksamen blive opdelt i delprøver. Derved vil eksamenen bestå af flere delprøver, for hvilke der vil kunne opnås merit qua de(t) beståede korte udvekslingsophold BIP og dels en delprøve, hvor de resterende læringsmål udprøves. Det vil fremgå af "Mit UCN", hvilke læringsmål, der udprøves i forbindelse med hver enkelt delprøve.

Hvor delprøverne afholdes af UCN, vil prøveformen være den samme, som prøveformen for den eksamen, der samlet udprøver uddannelseselementet. Delprøverne vil blive bedømt på tilsvarende vis - internt/eksternt og efter 7-trinsskalaen – som den eksamen, der samlet udprøver uddannelseselementet.

Der kan være mulighed for at deltage i et kort udvekslingsophold – *Short Term Blended Mobility*

Ved deltagelse i Short Term Blended Mobility Programme (BIP), hvor der udprøves færre ECTS end ved den eksamen, der udprøver det uddannelseselement, som det korte udvekslingsophold er meritgivende i forhold til, vil den pågældende eksamen blive opdelt i delprøver. Derved vil eksamenen bestå dels af en delprøve 1, for hvilken der vil kunne opnås merit qua det beståede korte udvekslingsophold Short Term Blended Mobility og dels en delprøve 2, hvor de resterende læringsmål udprøves. Det vil fremgå af "Mit UCN", hvilke læringsmål, der udprøves i forbindelse med hver enkelt delprøve.

Hvor delprøverne afholdes af UCN, vil prøveformen være den samme, som prøveformen for den eksamen, der samlet udprøver uddannelseselementet. Delprøverne vil blive bedømt på tilsvarende vis - internt/eksternt og efter 7-trinsskalaen – som den eksamen, der samlet udprøver uddannelseselementet.

18. Merit

Meritvurdering finder sted i forskellige situationer.

18.1 Beståede fagelementer fra samme uddannelse ved anden institution

Beståede uddannelseselementer ækvivalerer de tilsvarende uddannelseselementer ved andre uddannelsesinstitutioner, der udbyder uddannelsen

18.2 Meritvurdering (obligatorisk merit) i forbindelse med ansøgning om optagelse/indskrivning på uddannelsen.

Når den studerende har opfyldt sin pligt til at oplyse om gennemførte fagelementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse og om beskæftigelse, der må antages at kunne give merit, godkender uddannelsen i hvert enkelt tilfælde merit på baggrund af gennemførte uddannelseselementer og beskæftigelse, der står mål med fag, uddannelsesdele og praktikdele. Afgørelsen træffes på grundlag af en faglig vurdering.

18.3 Hvis den studerende ikke har opfyldt sin oplysningspligt forbindelse med optagelse/indskrivning

To gange om året (henholdsvis i juli og i januar i forbindelse med studiestart) foretages meritvurdering af en ansøgning, som den studerende efterfølgende måtte indsende, hvis oplysningspligten i forbindelse med optagelsen/indskrivningen ikke blev opfyldt.

Det kan betyde, at den studerende må vente med at få sin afgørelse om merit.

Det er således den studerende selv, som løber risikoen for, om afgørelsen om merit ikke træffes inden prøven.

HVIS den studerende undlader at gå til prøve, og UCN senere giver afslag på merit, har den studerende brugt et prøveforsøg.

HVIS den studerende vælger at gå til prøve, inden UCN har truffet afgørelse om merit, og hvor UCN ville have meddelt merit, vil der i denne situation IKKE kunne gives merit, da den studerende jo har valgt at gå til prøve. Det vil derfor være karakteren ved den nye prøve, som gælder, uanset om den "gamle prøve" – som kunne have givet merit, hvis der havde været ansøgt herom i rette tid – var højere, og uanset om den studerende ikke bestod den nye prøve.

Hvis den studerende én gang har valgt at gå til prøve, udelukker det, at der kan gives en berettiget merit, efter behandling af ansøgningen.

18.4 Forhåndsgodkendelse af merit og endelig merit

Forinden en studerende rejser til en anden institution i Danmark eller i udlandet med ønske om at indhente merit for et uddannelseselement fra denne studieordning, skal den studerende fremsende en ansøgning om forhåndsgodkendelse af merit.

Forhåndsgodkendelse af meritten foretages af UCN.

Når den studerende med succes har gennemført det ønskede fagelement og ansøgningen om endelig merit er modtaget med tilhørende dokumentationer, gives endelig merit.

Såfremt den studerende ikke har bestået det ønskede fagelement, skal den studerende gå til prøve efter studieordningens regler for fagelementet.

For yderligere udmøntning af reglerne, se gældende Eksamensregler for UCN's Grunduddannelser.

19. Dispensation

UCN kan fravige, hvad institutionen eller institutionerne selv har fastsat i studieordningen, hvis det er begrundet i usædvanlige forhold.

Ifølge UCN's praksis vil usædvanlige forhold som udgangspunkt være kendetegnet ved at være pludseligt opståede forhold, som den studerende ikke har kunnet sikre sig imod. Det kan for eksempel være pludseligt opstået alvorlig sygdom eller dødsfald i nærmeste familie.

Der vil i hver enkelt sag skulle foretages en konkret vurdering af, om der foreligger usædvanlige forhold, - ligesom det vil skulle vurderes, om der er forhold i den enkelte sag, der berettiger til, at udgangspunktet fraviges

20. Ikrafttrædelsesbestemmelser

Denne institutionelle del af studieordningen træder i kraft den 1. september 2026 og har virkning for alle studerende, som bliver optaget/indskrevet herunder genoptaget på uddannelsen denne dato eller senere.

Professionshøjskolen UCN

Campus Business

Hobrovej 85

9000 Aalborg

www.ucn.dk



PROFESSIONSHØJSKOLEN